RESEARCH HIGHLIGHTS

Socio-economic Series Issue 71

CHALLENGES AND PROSPECTS FOR THE BUILDING MATERIALS INDUSTRY IN CANADA

Introduction

The building materials industry is an important contributor to the Canadian economy. Canada's domestic building materials industry contributed over $24 billion or 3.5 percent of Canada's total Gross Domestic Product in 1995, including direct, indirect and induced effects[1]. In addition to its economic significance, the building materials industry also makes a major contribution to the quality of housing in Canada.

The industry is composed of a wide variety of companies that make a vast array of products used in both residential and nonresidential construction. Although their products may differ, the companies typically face many of the same pressures and constraints:

- they are dependent on the same source of demand (residential and nonresidential construction);
- they are subject to the same regulatory constraints (building codes and standards);
- they are exposed to shifts in demand for their products from constantly evolving building technologies and practices; and
- they operate within the same, increasingly competitive, global marketplace.

During the period 1990 to 1996, the building materials industry had to cope with a variety of pressures, not least reduced volumes of demand from both residential and nonresidential construction. However, the industry adjusted, partly with the assistance of a lower Canadian dollar, and became much more competitive internationally. Building material exports increased significantly over the period: wood product exports rose from $9.6 billion (1996$) to $14.2 billion, and exports of other building products doubled from $1.2 billion to $2.4 billion. With the upturn in construction activity in Canada, the industry is optimistic about its long-term future; however, significant challenges remain.

This study was commissioned by Canada Mortgage and Housing Corporation (CMHC) and the Canadian Home Builders' Association (CHBA) to provide insight into factors that influence Canada's building materials industry, and the challenges and prospects it faces.

CMHC SCHL

HOME TO CANADIANS

Canada

The study examines trends, challenges and prospects in the overall building materials industry, as well as the following specific sub-industries:

- Gypsum wallboard
- Plumbing fixtures and fittings
- Windows and doors
- Roofing
- Insulation
- Heating and air conditioning
- Exterior cladding
- Flooring
- Concrete products
- Wood products

The findings of the study are based on an extensive consultation process undertaken in 1997 with industry representatives and a review of other information on industry trends and prospects.

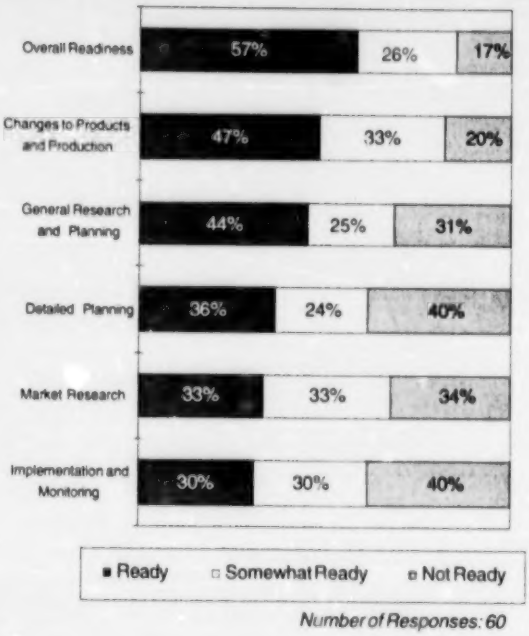
Findings

Industry Views on Trends and Competitiveness

Building materials company representatives, in discussing industry trends and the international competitiveness of Canadian building materials companies, made the following points:

- Costs for both materials and labour are higher in Canada than for US manufacturers and other foreign competitors. Higher taxes and government-mandated costs were cited as major factors in this regard.
- Competition is increasing from both Canadian and foreign sources. Most companies believe they face increased competition, mainly from Canadian companies but also from foreign manufacturers.
- Margins narrowed during the mid-1990s. The companies indicated that wholesale prices did not keep pace with increases in production costs for most building materials, with the result that their profitability was reduced.
- The viability of firms in the industry has decreased. Over half of the companies believed that, due to reduced margins and intense competition, the viability of building materials companies declined over the period 1994 to 1997.
- Exchange rates were the most important factor leading to change in the industry. Most companies cited exchange rates as being a positive factor, much more important than other factors, such as trade agreements, global competition or corporate restructuring.
- Domestic regulations were the most commonly cited factor leading to negative changes in the industry.
- Investments in new plant and equipment, research and development (R&D), new product technologies and new products were being undertaken by most manufacturers.
- The largest investments were in new production technologies and new plant and equipment. Most building materials companies increased investments in these areas over the period 1994 to 1997. The incidence of these investments was greater for larger companies than for smaller ones: about 80 percent of firms with revenues of more than $5 million had made such investments in the previous year.
- Most companies were satisfied with both their overall level of investment in new technology and in their use of new technology compared to foreign and Canadian competitors.
- Sales, particularly export sales, were increasing significantly: 86% of companies reported higher export sales compared to the late 1980s.
- Most of the companies believed that both they and their industries were poised for significant export growth (see figure); however, only 15 percent of firms responding to the survey considered themselves to be "completely ready" to take advantage of export opportunities.

Figure 1: Company Readiness for Export Growth



Number of Responses: 60

- Lack of personnel, high costs of market development and increased competition were the main barriers cited to growth in sales. All three of these problems were considered to be at least a moderate barrier to growth by more than half the companies. Other barriers (e.g., difficulty finding partners, lack of access to investment funds, lack of knowledge of opportunities, among others) were considered serious by some companies but were less important overall.

Prospects

Most building materials companies were optimistic about the future. Rising domestic construction activity was expected to lead to higher sales, and most companies were actively pursuing export markets and with considerable success.

Profit margins were expected to improve, as more buoyant construction activity leads to higher sales and improved utilization of plant and equipment.

With higher demand for their products, some companies expected to be able to pass-through some of the increases in costs that they had previously had to "swallow". However, none of the building materials companies expected major price increases in building materials as there was adequate capacity to expand production to meet higher levels of demand for most products. Also, unless significant shortages occur, the threat of increased volumes of US imports was expected to dampen pressures to raise prices.

Building materials companies believed they could continue to be competitive in their main export markets (particularly the US), even with an increase in the value of the Canadian dollar. However, if the Canadian dollar were to rise above 80 US cents, many companies believed they would be significantly less competitive. Not only would exports be curtailed, but increased volumes of imports would put pressure on domestic Canadian building material prices.

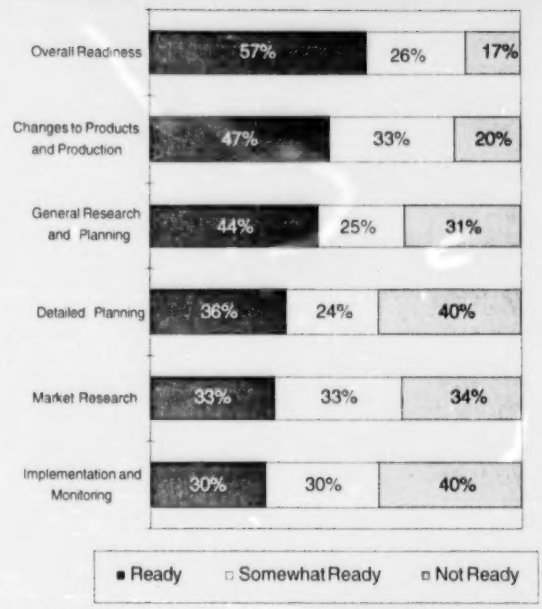
Challenges

The volatility of construction activity is clearly the main challenge for building materials companies. The resulting swings in sales volumes for building materials make business planning a major challenge. Due to the reduced volumes of construction activity during the 1990s, the Canadian market for building materials became highly competitive and, according to the companies involved in this study, prices did not kept pace with costs. To offset the volatile domestic market, most companies were actively pursuing export markets.

In addition, companies identified the following areas as significant challenges facing the Canadian building materials industry:

- Lack of consumer awareness of the price/quality tradeoff in their choice of building materials is a major problem. In most industries, there is a wide spectrum of product choices available to buyers, ranging from relatively inexpensive products that may perform poorly (and cost more in terms of energy or increased maintenance in the long term) to higher cost products that offer superior performance. Building product companies believe that many builders are substituting lower quality products in an effort to reduce costs. Many homeowners either are unaware of variations in the quality of products or are likewise driven mainly by considerations of cost. According to most companies, there is a need to educate builders, renovators and homeowners about the long-term costs of using inferior products.

Figure 1: Company Readiness for Export Growth



Number of Responses: 60

- Lack of personnel, high costs of market development and increased competition were the main barriers cited to growth in sales. All three of these problems were considered to be at least a moderate barrier to growth by more than half the companies. Other barriers (e.g., difficulty finding partners, lack of access to investment funds, lack of knowledge of opportunities, among others) were considered serious by some companies but were less important overall.

Prospects

Most building materials companies were optimistic about the future. Rising domestic construction activity was expected to lead to higher sales, and most companies were actively pursuing export markets and with considerable success.

Profit margins were expected to improve, as more buoyant construction activity leads to higher sales and improved utilization of plant and equipment.

With higher demand for their products, some companies expected to be able to pass-through some of the increases in costs that they had previously had to "swallow". However, none of the building materials companies expected major price increases in building materials as there was adequate capacity to expand production to meet higher levels of demand for most products. Also, unless significant shortages occur, the threat of increased volumes of US imports was expected to dampen pressures to raise prices.

Building materials companies believed they could continue to be competitive in their main export markets (particularly the US), even with an increase in the value of the Canadian dollar. However, if the Canadian dollar were to rise above 80 US cents, many companies believed they would be significantly less competitive. Not only would exports be curtailed, but increased volumes of imports would put pressure on domestic Canadian building material prices.

Challenges

The volatility of construction activity is clearly the main challenge for building materials companies. The resulting swings in sales volumes for building materials make business planning a major challenge. Due to the reduced volumes of construction activity during the 1990s, the Canadian market for building materials became highly competitive and, according to the companies involved in this study, prices did not kept pace with costs. To offset the volatile domestic market, most companies were actively pursuing export markets.

In addition, companies identified the following areas as significant challenges facing the Canadian building materials industry:

- Lack of consumer awareness of the price/quality tradeoff in their choice of building materials is a major problem. In most industries, there is a wide spectrum of product choices available to buyers, ranging from relatively inexpensive products that may perform poorly (and cost more in terms of energy or increased maintenance in the long term) to higher cost products that offer superior performance. Building product companies believe that many builders are substituting lower quality products in an effort to reduce costs. Many homeowners either are unaware of variations in the quality of products or are likewise driven mainly by considerations of cost. According to most companies, there is a need to educate builders, renovators and homeowners about the long-term costs of using inferior products.

When asked what they were doing to address this problem, the companies cited a variety of initiatives, including product labeling (e.g. with energy ratings), cooperative marketing with builders, attempts to market the building product company's reputation for quality products and industry-wide advertising. None of the companies indicated that they believed that they had successfully addressed the problem with the measures taken to date.

- Technological changes in both the building materials themselves and the processes to produce them are occurring continuously. Building materials have become more durable and energy efficient, and easier to install (being manufactured ready for use or requiring fewer steps in the installation process). At the same time, manufacturing processes have become more efficient and cost-effective as a result of innovations such as CAD/CAM and other new technologies. Many companies believe that ISO 9000 has helped to provide them with a competitive edge. In addition, because of environmental concerns, products used in construction tend to emit fewer harmful substances (e.g., formaldehyde), contain more recycled materials, use less embodied energy in the manufacturing process, and generate less waste both in manufacturing and in use than previously. Companies must maintain investments in R&D of new products to ensure that they remain competitive both in Canadian and export markets.

- Slow adoption of new products by the building industry, though the products may reduce costs or have superior performance, is a concern for many companies. Barriers include inertia on the part of builders and regulators (including inspectors) who often prefer a "tried and true" product or technique to risking problems with something new, no matter how promising it may appear. Despite their concerns in this regard, most companies also recognized the problem of product liability. The example of plastic furnace vents is often cited as a reason for the wariness of builders with respect to new products.

- The cost and time involved in obtaining approvals by materials evaluation agencies of new construction products and materials is an ongoing concern, as is confusion over the split between national and provincial jurisdictions.

- Changing codes and standards can have a significant effect on the demand for some products. Many companies expressed the view that authorities need to be more aware of the effects of changes in codes and standards on building practices and the products used in construction.

- Increased professionalism and continuing education among builders and renovators is seen as a means to encourage the adoption of new products and to promote the use of quality products, rather than simply those with the lowest cost. Consumer education on the value of selecting a builder or renovator on the basis of competence rather than simply cost is another key part of this puzzle. The building materials companies expressed strong support for current initiatives of the housing industry and CMHC in increasing the level of professionalism among builders and renovators.

- Increased trades training is a priority. The downturn in construction activity during the early 1990s, along with the aging of the construction work force, has led to a situation where many companies expect shortages of skilled trades. This could affect the demand for particular products and could cause shifts to other products or changes in the way buildings are constructed. The result could be buildings that may not perform as well. In addition, with shortages of skilled labour, installation quality may suffer, with follow-on problems for consumers and for builders and building materials companies trying to rectify problems.

- The move to "big box" retailers has created enormous opportunities and challenges for building materials companies. The strict requirements regarding bar-coding and delivery schedules are onerous and costly for companies to meet but are a necessary part of product distribution. Some companies consider meeting the strict requirements of big box retailers to be the most difficult (and important) challenge they face.

- Higher government-imposed costs in Canada than those faced by US competitors were a serious concern for most companies. Many simply expressed the wish that they be allowed to compete without the current heavy burden of government-imposed costs such as payroll taxes (employment insurance,

Canada Pension Plan, and provincial payroll taxes) and corporate and personal income taxes (which are significantly higher in Canada than in the US).

- Nonconforming products were a concern to some. While there are frequent complaints about the quality of some of the foreign products used in construction in Canada, according to many in the building materials industry, these concerns also apply to domestic products.
- While most companies were concerned about the costs associated with government regulation of building materials, most recognized the need to ensure that materials met minimum standards.
- Many companies expressed concerns about the level of taxes and charges that must be borne by the residential construction industry: this was seen as increasing the ultimate cost of housing and reducing the demand for new housing and hence for their products.
- Export market development is a key part of the strategy for growth for most building material companies, especially the larger ones. However, identifying opportunities and developing markets in other countries can be expensive and time -consuming. Many companies identified lack of personnel as a major barrier to expanding their markets. Most companies believe there is a continuing role for the government in export promotion and in working with the industry to identify and capitalize on opportunities. Many cited market development work in Japan as a model that is bearing fruit and should be replicated in other potential export markets.
- The harmonization of standards with those of the US and other export markets is important if Canadian products are to be recognized and useable in appropriate applications. Of course, harmonization will also expose Canadian building materials companies to competition from other countries; however, most consider this an acceptable price for enhancing access to foreign markets. The consolidation of North American markets is an accepted fact among building materials companies. In most cases, they are sufficiently confident of the ability of their products to compete if appropriate standards are applied.

The study includes analyses of trends, prospects and challenges for each of the ten building materials sub-industries.

Notes

1. See *The Macroeconomic Impact of the Building Materials Industry in Canada*, CMHC research report PE0325.

CMHC Project Manager: Orlando Manti.
Research Highlights prepared by Ian Melzer.

Research Reports: *Challenges and Prospects for the Building Materials Industry in Canada*

Research Consultants: Greg Lampert, David Redmond, Michael Lio, Linden Holmen and Bob Sheehan

A full report on this project is available from the Canadian Housing Information Centre at the address below.

Housing Research at CMHC

Under Part IX of the National Housing Act, the Government of Canada provides funds to CMHC to conduct research into the social, economic and technical aspects of housing and related fields, and to undertake the publishing and distribution of the results of this research.

This fact sheet is one of a series intended to inform you of the nature and scope of CMHC's research.

The **Research Highlights** fact sheet is one of a wide variety of housing related publications produced by CMHC.

For a complete list of **Research Highlights**, or for more information on CMHC housing research and information, please contact:

The Canadian Housing Information Centre
Canada Mortgage and Housing Corporation
700 Montreal Road
Ottawa, ON K1A 0P7

Telephone: 1 800 668-2642
FAX: 1 800 245-9274

OUR WEB SITE ADDRESS: www.cmhc-schl.gc.ca/Research

The information in this publication represents the latest knowledge available to CMHC at the time of publication and has been thoroughly reviewed by experts in the housing field. CMHC, however, assumes no liability for any damage, injury, expense or loss that may result from the use of this information.

NHA 2266

LE POINT EN RECHERCHE

Série socio-économique Numéro 71

DÉFIS ET PERSPECTIVES DU SECTEUR CANADIEN DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION

Introduction

Le secteur des matériaux de construction contribue grandement à l'économie du Canada. En 1995, l'apport de ce secteur national s'est chiffré à plus de 24 milliards de dollars, soit 3,5 % du produit national brut, les effets directs, indirects et induits compris[1]. Outre son importance sur le plan économique, ce secteur contribue énormément à la qualité de l'habitation au Canada.

Le secteur est constitué d'une vaste gamme d'entreprises fabriquant un large éventail de produits employés en construction résidentielle et non résidentielle. Bien que leurs produits diffèrent, les entreprises doivent généralement composer avec les mêmes contraintes :

- elles sont tributaires de la même demande (construction résidentielle et non résidentielle);
- elles sont soumises aux mêmes contraintes de la réglementation (codes du bâtiment et normes);
- elles sont sujettes aux fluctuations de la demande à l'égard de leurs produits en raison de l'évolution constante des techniques et méthodes de construction;
- elles exercent leur activité au sein du même marché global de plus en plus compétitif.

De 1990 à 1996, le secteur des matériaux de construction a eu à composer avec différentes contraintes, parmi les non moindres figurant la réduction de la demande de la construction tant résidentielle que non résidentielle. Le secteur s'y est toutefois ajusté, profitant en partie du fléchissement de la devise canadienne, et a même accru sa compétitivité sur la scène internationale. Les exportations de matériaux de construction ont accusé une hausse spectaculaire au cours de la période : les exportations de produits du bois sont passées de 9,6 milliards de dollars (en dollars de 1996) à 14,2 milliards de dollars, et les exportations d'autres produits de bâtiment ont doublé, passant de 1,2 milliard de dollars à 2,4 milliards de dollars. Grâce à la reprise de la construction au Canada, le secteur envisage avec optimisme son avenir à long terme, même s'il lui reste d'importants défis à relever.

La présente étude, commandée par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et l'Association canadienne des constructeurs d'habitations (ACCH), visait à mettre en lumière les facteurs qui influent sur le secteur canadien des matériaux de construction, ainsi que les perspectives et défis auxquels il est confronté.

SCHL CMHC

AU COEUR DE L'HABITATION

Canada

L'étude porte sur les tendances, les défis et les perspectives du secteur des matériaux de construction en général, de même que sur les sous-secteurs d'activité suivants :

- plaques de plâtre murales
- appareils et raccords de plomberie
- portes et fenêtres
- couvertures
- isolation thermique
- chauffage et conditionnement d'air
- parement extérieur
- revêtements de sol
- produits de béton
- produits du bois

Les résultats de l'étude sont fondés sur une consultation étendue menée en 1997 auprès de représentants du secteur et sur le dépouillement d'information ayant trait aux tendances et perspectives du secteur.

Résultats

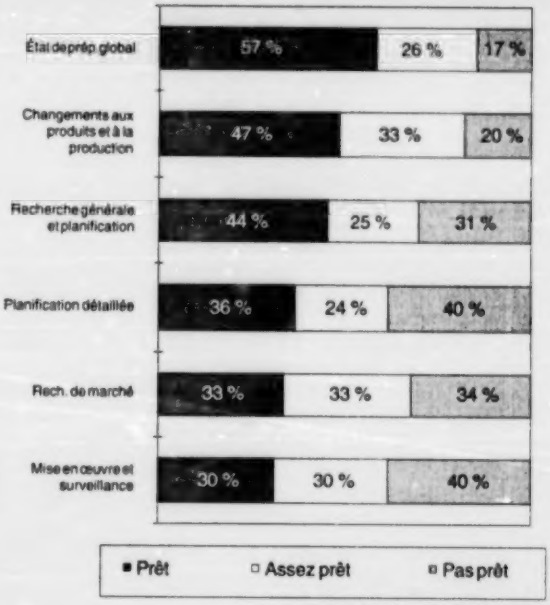
Points de vue du secteur sur les tendances et la compétitivité

En traitant des tendances du secteur et de la compétitivité des entreprises canadiennes de matériaux de construction sur la scène internationale, les représentants des entreprises de matériaux de construction ont exprimé les points de vue suivants :

- Le coût des matériaux et de la main-d'oeuvre est plus élevé pour les fabricants canadiens que pour leurs homologues des États-Unis et compétiteurs étrangers, situation grandement imputable aux taxes plus élevées et aux coûts imposés par les gouvernements.
- L'augmentation de la concurrence provient aussi bien du Canada que des pays étrangers. La plupart des entreprises estiment qu'elle font face à une augmentation de la concurrence, principalement de la part des entreprises canadiennes, mais également des fabricants étrangers.
- La marge bénéficiaire s'est rétrécie vers le milieu des années 1990. Les entreprises ont indiqué que les prix de gros n'ont pas suivi le rythme de l'augmentation des coûts de production de la plupart des matériaux de construction, si bien qu'elles ont subi une diminution de leurs profits.
- La viabilité des entreprises du secteur a enregistré une diminution. Plus de la moitié des entreprises sont d'avis qu'en raison de la diminution des profits et de la concurrence féroce, la viabilité des entreprises de matériaux de construction a régressé de 1994 à 1997.
- Les taux de change expliquent surtout le changement qui s'est opéré au sein du secteur. La majorité des entreprises considèrent les taux de change comme un facteur favorable, beaucoup plus important que les autres, tels les accords commerciaux, la concurrence mondiale ou la restructuration des entreprises.
- Les règlements nationaux sont la raison invoquée le plus souvent pour expliquer les changements négatifs au sein du secteur.
- La plupart des fabricants ont commencé à investir dans de nouvelles usines et du nouveau matériel, dans la recherche et le développement, dans de nouvelles technologies et de nouveaux produits.
- Les investissements les plus importants portaient sur les nouvelles techniques de production, les nouvelles usines et le nouveau matériel. La plupart des entreprises de matériaux de construction ont accru leurs investissements dans ces domaines au cours de la période s'échelonnant de 1994 à 1997. La fréquence de ces investissements a été plus forte chez les grandes entreprises que chez les petites : environ 80 % des entreprises enregistrant des revenus de plus de 5 millions de dollars avaient fait de tels investissements l'année précédente.
- La plupart des entreprises se disent satisfaites de leur niveau d'investissement global dans les nouvelles technologies et de leur utilisation comparativement à leurs compétiteurs étrangers et canadiens.
- Les ventes, en particulier à l'exportation, ont accusé une hausse appréciable. En effet, 86 % des entreprises ont signalé des ventes à l'exportation supérieures à celles qu'elles avaient enregistrées vers la fin des années 1980.

- La plupart des entreprises estiment qu'elles et leurs secteurs respectifs sont d'attaque pour répondre à une croissance importante des exportations (voir figure), mais seulement 15 % des entreprises qui ont répondu au questionnaire d'enquête se jugent « tout à fait prêtes » pour tirer parti des débouchés sur le marché des exportations.

Figure 1 : État de préparation des entreprises à la croissance des exportations



Nombre de répondants : 60

- Le manque de personnel, le coût élevé d'exploitation du marché et l'augmentation de la concurrence constituent les principaux obstacles à l'accroissement des ventes. Ces trois problèmes ont été considérés tout au moins comme un obstacle moyen à la croissance par plus de la moitié des entreprises. Les autres obstacles (difficulté de trouver des partenaires, le manque d'accès à des fonds d'investissement, le manque de connaissances des débouchés, entre autres) ont été jugés sérieux par certaines entreprises, mais moins importants dans l'ensemble.

Perspectives

La plupart des entreprises de matériaux de construction envisageaient l'avenir avec optimisme. La reprise de la construction au pays devait se traduire par un accroissement des ventes, de sorte que la majorité des entreprises se lançaient sur le marché des exportations et connaissaient énormément de succès.

On s'attendait à ce que la marge bénéficiaire s'améliore, puisque la demande soutenue en matière de construction a eu pour effet d'augmenter les ventes et d'améliorer l'utilisation des usines et du matériel.

Vu l'accroissement de la demande à l'égard de leurs produits, certaines entreprises s'attendaient à être en mesure de refiler une partie des augmentations de coûts qu'elles avaient dû « absorber » auparavant. Par contre, aucune des entreprises de matériaux de construction ne s'attendait à une importante augmentation du prix des matériaux de construction puisqu'elles disposaient d'une capacité suffisante pour accroître la production de manière à répondre à la majoration de la demande pour la plupart des produits. À moins d'importantes pénuries, la menace de l'augmentation des volumes d'importations américaines devrait freiner les pressions à augmenter les prix.

Les entreprises de matériaux de construction croyaient pouvoir demeurer concurrentielles dans leur principal marché des exportations (surtout aux États-Unis), même en cas d'augmentation de la valeur du dollar canadien. Si toutefois le dollar canadien devait s'élever au-dessus des 80 cents US, bien des entreprises estiment que la situation compromettrait sérieusement leur compétitivité. Non seulement les exportations seraient-elles restraintes, mais l'augmentation du volume des importatioins exercerait des pressions sur le prix des matériaux de construction au Canada.

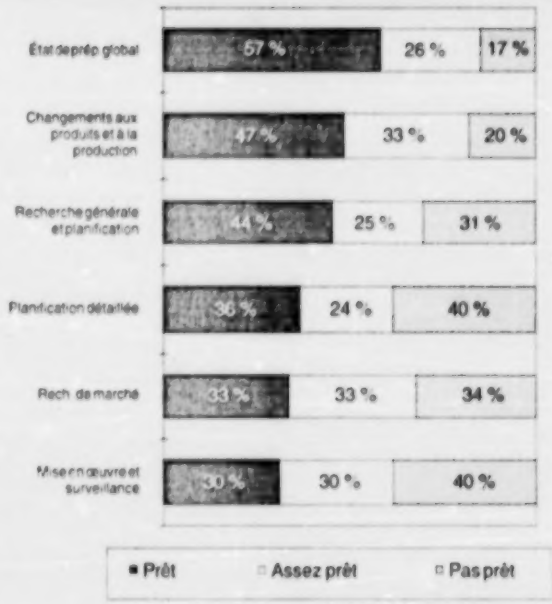
Défis

L'instabilité de la construction constitue de toute évidence le principal défi des entreprises de matériaux de construction. Les mouvements du volume des ventes de matériaux de construction qui s'ensuivent posent tout un défi pour la planification d'entreprise. Vu le ralentissement de la construction au cours des années 1990, le marché canadien des matériaux de construction est devenu hautement compétitif et, selon les entreprises qui ont particié à la présente étude, les prix n'ont pas suivi la cadence des coûts. Pour compenser l'instabilité du marché national, la plupart des entreprises ont décidé de se lancer activement à l'assaut du marché des exportations.

De plus, les entreprises ont indiqué que les aspects suivants posaient d'importants défis au secteur canadien des matériaux de construction.

- La plupart des entreprises estiment qu'elles et leurs secteurs respectifs sont d'attaque pour répondre à une croissance importante des exportations (voir figure), mais seulement 15 % des entreprises qui ont répondu au questionnaire d'enquête se jugent « tout à fait prêtes » pour tirer parti des débouchés sur le marché des exportations.

Figure 1: État de préparation des entreprises à la croissance des exportations



- Le manque de personnel, le coût élevé d'exploitation du marché et l'augmentation de la concurrence constituent les principaux obstacles à l'accroissement des ventes. Ces trois problèmes ont été considérés tout au moins comme un obstacle moyen à la croissance par plus de la moitié des entreprises. Les autres obstacles (difficulté de trouver des partenaires, le manque d'accès à des fonds d'investissement, le manque de connaissances des débouchés, entre autres) ont été jugés sérieux par certaines entreprises, mais moins importants dans l'ensemble.

Perspectives

La plupart des entreprises de matériaux de construction envisageaient l'avenir avec optimisme. La reprise de la construction au pays devait se traduire par un accroissement des ventes, de sorte que la majorité des entreprises se lançaient sur le marché des exportations et connaissaient énormément de succès.

On s'attendait à ce que la marge bénéficiaire s'améliore, puisque la demande soutenue en matière de construction a eu pour effet d'augmenter les ventes et d'améliorer l'utilisation des usines et du matériel.

Vu l'accroissement de la demande à l'égard de leurs produits, certaines entreprises s'attendaient à être en mesure de refiler une partie des augmentations de coûts qu'elles avaient dû « absorber » auparavant. Par contre, aucune des entreprises de matériaux de construction ne s'attendait à une importante augmentation du prix des matériaux de construction puisqu'elles disposaient d'une capacité suffisante pour accroître la production de manière à répondre à la majoration de la demande pour la plupart des produits. À moins d'importantes pénuries, la menace de l'augmentation des volumes d'importations américaines devrait freiner les pressions à augmenter les prix.

Les entreprises de matériaux de construction croyaient pouvoir demeurer concurrentielles dans leur principal marché des exportations (surtout aux États-Unis), même en cas d'augmentation de la valeur du dollar canadien. Si toutefois le dollar canadien devait s'élever au-dessus des 80 cents US, bien des entreprises estiment que la situation compromettrait sérieusement leur compétitivité. Non seulement les exportations seraient-elles restraintes, mais l'augmentation du volume des importatioins exercerait des pressions sur le prix des matériaux de construction au Canada.

Défis

L'instabilité de la construction constitue de toute évidence le principal défi des entreprises de matériaux de construction. Les mouvements du volume des ventes de matériaux de construction qui s'ensuivent posent tout un défi pour la planification d'entreprise. Vu le ralentissement de la construction au cours des années 1990, le marché canadien des matériaux de construction est devenu hautement compétitif et, selon les entreprises qui ont particié à la présente étude, les prix n'ont pas suivi la cadence des coûts. Pour compenser l'instabilité du marché national, la plupart des entreprises ont décidé de se lancer activement à l'assaut du marché des exportations.

De plus, les entreprises ont indiqué que les aspects suivants posaient d'importants défis au secteur canadien des matériaux de construction.

- Le manque de connaissance des consommateurs quant au compromis qualité-prix lorsqu'ils choissent des matériaux de construction pose un important problème. La plupart des secteurs offrent aux acheteurs un large éventail de choix de produits, allant de produits assez peu coûteux dont la performance peut laisser à désirer (et qui finissent par coûter plus cher en consommation énergétique et en entretien à long terme) jusqu'aux produits de coût plus élevé qui procurent cependant une performance supérieure. Les entreprises de produit de bâtiment croient que de nombreux constructeurs font usage de produits de qualité inférieure par souci de réduire les coûts. Bien des propriétaires-occupants ne distinguent pas la différence de qualité des produits ou ne s'intéressent tout simplement qu'à l'aspect des coûts. Selon la plupart des entreprises, il y a tout lieu de sensibiliser les constructeurs, les rénovateurs et les propriétaires-occupants aux coûts qu'entraîne à longue échéance l'utilisation de produits de qualité inférieure.

  Lorsqu'elles ont été invitées à indiquer ce qu'elles faisaient pour remédier à la situation, les entreprises ont cité différentes initiatives, dont l'étiquetage des produits (accompagné des cotes de consommation d'énergie), la commercialisation en collaboration avec les constructeurs, les tentatives de mettre en valeurla réputation de l'entreprise qui vend des produits de qualité, ainsi que la publicité dans tout le secteur d'activité. Aucune entreprise n'a indiqué que les mesures adoptées jusqu'à présent avaient réussi à régler le problème.

- Les changements technologiques que subissent tant les matériaux de construction proprement dits que les procédés de fabrication font l'objet d'une évolution continuelle. Les matériaux de construction sont devenus davantage durables, éconergétiques et faciles à mettre en oeuvre (étant prêts à l'emploi ou nécessitant peu d'étapes pour leur mise en oeuvre). Par la même occasion, les procédés de fabrication sont devenus plus efficaces et efficients par suite d'innovations telles que la conception et la fabrication assistées par ordinateur (CAO/FAO) et d'autres nouvelles technologies. De nombreuses entreprises croient que la norme ISO 9000 a contribué à leur procurer un avantage concurrentiel. De plus, en raison de préoccupations environnementales, les produits utilisés en construction dégagent moins de substances nocives (formaldéhyde), contiennent plus de matière recyclée, exigent moins d'énergie de production lors de leur fabrication et produisent moins de déchets lors de la fabrication et en cours d'emploi qu'auparavant. Les entreprises doivent poursuivre leurs investissements dans la recherche et le développement pour veiller à rester compétitives au Canada comme sur le marché des exportations.

- La lenteur de l'industrie de la construction à adopter de nouveaux produits, quoique les produits puissent réduire les coûts ou procurer une performance supérieure, inquiète bien des entreprises. Elles citent, parmi les obstacles, l'inertie des constructeurs et des autorités de réglementation (inspecteurs compris) qui préfèrent souvent s'en remettre à une technique ou un produit vraiment éprouvés plutôt que de risquer des problèmes en adoptant la nouveauté, peu importe à quel point le produit ou la technique peuvent sembler prometteurs. Malgré leur inquiétude à cet égard, la plupart des entreprises ont également fait état de la responsabilité de produits. L'exemple des conduits d'évacuation en plastique des générateurs de chaleur est souvent cité comme raison motivant les constructeurs à agir avec circonspection avant de faire usage de nouveaux produits.

- Les coûts et les délais à prévoir avant d'obtenir l'approbation des organismes chargés d'évaluer les nouveaux matériaux de construction et produits de bâtiment sont un motif de préoccupation constant, tout comme la confusion entourant la répartition des compétences nationales et provinciales.

- Les modifications apportées aux codes et aux normes risquent d'exercer des répercussions appréciables sur la demande de certains produits. De nombreuses entreprises ont signifié que les autorités doivent mieux connaître les effets des modifications apportées aux codes et aux normes sur les méthodes de construction et les produits utilisés en construction.

- L'augmentation du professionnalisme et la formation continue parmi les constructeurs et les rénovateurs sont perçues comme des moyens de favoriser l'adoption de nouveaux produits et de promouvoir l'utilisation de produits de qualité de préférence aux moins coûteux. Sensibiliser les consommateurs au mérite de choisir un constructeur ou un rénovateur en fonction de sa compétence et non seulement en

fonction des coûts représente un autre élément clé du casse-tête. Les entreprises de matériaux de construction ont indiqué appuyer fortement les initiatives courantes du secteur de l'habitation et de la SCHL visant à accroître le professionnalisme des constructeurs et des rénovateurs.

- Accroître la formation des corps de métier constitue une priorité. Le ralentissement de la construction au début des années 1990, en plus du vieillissement des effectifs du secteur de la construction, fait en sorte que de nombreuses entreprises s'attendent à une pénurie de main-d'oeuvre spécialisée. Cette situation risquerait d'influer sur la demande de produits particuliers et de provoquer le recours à d'autres produits ou des changements dans la façon de construire les bâtiments. Résultat : la performance des bâtiments pourrait en souffrir. En outre, la pénurie de main-d'oeuvre spécialisée pourrait compromettre la qualité d'exécution et ainsi occasionner des problèmes consécutifs pour les consommateurs, les constructeurs de même que pour les entreprises de matériaux de construction tentant de corriger la situation.

- L'avènement des magasins-entrepôts a suscité des possibilités et des défis énormes pour les entreprises de matériaux de construction. Les exigences rigoureuses concernant le codage par code à barres et les calendriers de livraison sont astreignantes et coûteuses à satisfaire pour les entrepreneurs, mais constituent un élément nécessaire pour la distribution des produits. Certaines entreprises considèrent que respecter les exigences rigoureuses des magasins-entrepôts représente le défi le plus difficile (et le plus important) à relever.

- Les coûts supérieurs qu'imposent les gouvernement au Canada par rapport aux compétiteurs américains inquiètent sérieusement la plupart des entreprises. Bon nombre ont simplement exprimé le souhait qu'on leur permette de se livrer concurrence sans devoir supporter le lourd fardeau que représentent les coûts imposés par les gouvernements comme les impôts sur les salaires (assurance-emploi, Régime de pensions du Canada, et impôts provinciaux sur les salaires) ainsi que l'impôt sur le revenu des entreprises et des particuliers (beaucoup plus élevé au Canada qu'aux États-Unis).

- Les produits non conformes inquiètent des entreprises. Des plaintes sont fréquemment formulées à propos de la qualité de certains produits étrangers utilisés en construction au Canada, selon plusieurs entreprises du secteur des matériaux de construction, mais ces préoccupations touchent également les produits canadiens.

- La plupart des entreprises s'inquiètent des coûts liés à la réglementation gouvernementale visant les matériaux de construction, mais la plupart admettent la nécessité de faire en sorte que les matériaux répondent à des normes minimales.

- Bien des entreprises ont exprimé leur préoccupation quant aux taxes et aux charges que doit supporter le secteur de la construction résidentielle : elles ont pour effet d'augmenter le coût de l'habitation en bout de ligne et de réduire la demande à l'égard des logements neufs et, par conséquent, de leurs produits.

- L'expansion du marché des exportations est un élément essentiel de la stratégie de croissance de la plupart des entreprises de matériaux de construction, en particulier les plus importantes. Par contre, trouver des occasions et s'ouvrir des marchés dans d'autres pays peuvent se révéler coûteux et prendre du temps. Bien des entreprises ont indiqué que le manque de personnel constitue le principal obstacle à l'expansion des marchés. La majorité des entreprises estiment que le gouvernement doit continuer de promouvoir les exportations et d'oeuvrer de concert avec l'industrie pour trouver des débouchés et en tirer profit. Bon nombre ont cité comme exemple qui porte fruit le travail d'expansion du marché effectué au Japon et avancé qu'il conviendrait de le répéter dans d'autres marchés d'exportation potentiels.

- L'harmonisation des normes avec celles des États-Unis et d'autres marchés d'exportation revêt de l'importance si l'on veut que les produits canadiens soient reconnus et utilisables à bon escient. Bien sûr, l'harmonisation exposera les entreprises canadiennes de matériaux de construction à la concurrence des autres pays; la plupart jugent cependant qu'il s'agit là d'un prix acceptable à payer pour accroître l'accès aux marchés étrangers. Le regroupement des marchés nord-américains est un fait admis parmi les entreprises de matériaux de construction. Dans

certains cas, elles croient que leurs produits sont en mesure de rivaliser avec les autres si les normes tout indiquées sont appliquées.

L'étude analyse les tendances, les perspectives et les défis de chacun des dix sous-secteurs spécifiques de la construction.

Notes

1. Consulter Répercussions macroéconomiques de l'industrie des matériaux de construction au Canada, rapport de recherche SCHL, PF0325.

Directeur de projet : Orlando Manti.
Le point en recherche rédigé par Ian Melzer.

Rapports de recherche : *Défis et perspectives du secteur canadien des matériaux de construction*

Consultant( ) : Greg Lampert, David Redmond, Michael Lio, Linden Holmen et Bob Sheehan

On peut obtenir un rapport complet sur ce projet de recherche auprès du Centre canadien de documentation sur l'habitation à l'adresse indiquée ci-après.

Recherche sur le logement à la SCHL

Aux termes de la partie IX de la Loi nationale sur l'habitation, le gouvernement du Canada autorise la SCHL à consacrer des fonds à la recherche sur les aspects socio-économiques et techniques du logement et des domaines connexes, et à en publier et à en diffuser les résultats.

Le présent feuillet documentaire fait partie d'une série visant à vous informer sur la nature et la portée du programme de recherche de la SCHL.

Les feuillets documentaires de la série **Le point en recherche** comptent parmi les diverses publications sur le logement produites par la SCHL.

Pour recevoir la liste complète de la série **Le point en recherche**, ou pour obtenir des renseignements sur la recherche et l'information sur le logement de la SCHL, veuillez vous addresser au :

Centre canadien de documentation sur l'habitation
Société canadienne d'hypothèques et de logement
700, chemin de Montréal
Ottawa (Ontario) K1A 0P7

Téléphone : 1 800 668-2642
Télécopieur : 1 800 245-9274

NOTRE ADRESSE SUR LE WEB: www.cmhc-schl.gc.ca/Recherche

LNH 2267

Cette publication contient les renseignements les plus à jour dont disposait la SCHL au moment de sa parution et ces renseignements ont été revus par des experts du secteur de l'habitation. Toutefois, la SCHL n'assume aucune responsabilité pour les dommages, les blessures, les coûts et les pertes pouvant découler de l'utilisation de ces renseignements.